

окремих робіт, а хто нічого не вміє робити і нічого не знає. По-третє, ділова гра найбільш адекватна реальному перебігу подій на господарському об'єкті, що дозволяє студентам побачити виробничий процес у цілому. Якщо в майбутньому їм реально треба буде вирішувати якісь виробничі проблеми, то вони вже знатимуть, з чого починати їх розв'язання. По-четверте, для будь-якої фахової дисципліни, а особливо для тієї, що має підсумковою формою контролю залік, це є найбільш ефективним засобом перевірки вміння застосовувати отримані теоретичні знання з дисципліни на практиці.

Оскільки в усіх дисциплінах магістерської програми за вибором студентів як підсумковий контроль передбачено залік і не передбачено семінарських занять, то для засвоєння матеріалу, крім лекцій, студент отримує завдання, яке виконує на базі практики. Зокрема з дисципліни «Інформаційний маркетинг» він повинен заповнити таблицю — характеристику маркетингової діяльності фірми, що дозволяє зробити її аналіз і запропонувати напрямки її вдосконалення.

Однак аналіз чужої діяльності та пропозиції щодо її поліпшення це, так би мовити, поради стороннього, далекі від управлінських рішень, за які треба нести відповідальність. Значно ближче до цього, а отже, і до реальної практики є ділова гра, в якій треба на новоствореній інформаційній фірмі (продовження ділової гри «Розпочинаємо власну справу» з дисципліни «Економіка та організація інформаційного бізнесу») організувати маркетингову діяльність, реалізуючи всі маркетингові функції, та обґрунтувати всі управлінські маркетингові рішення.

Усе викладене доводить, що у вивченні будь-якої фахової дисципліни ділова гра найбільше наближає студента до професійної діяльності. Методична й організаційна підготовка для проведення ділової гри потребують і від викладача значних зусиль і часу і тому має враховуватись у педагогічному навантаженні.

В. М. ЗАПАРА, викладач кафедри іноземних мов фінансово-економічного факультету КНЕУ

ВИКОРИСТАННЯ ЕЛІПТИЧНИХ КОНСТРУКЦІЙ НА ЗАНЯТТЯХ З ІНОЗЕМНОЇ МОВИ

Еліпсис (від грец. опущення) означає пропуск у реченні слова чи словосполучення, зрозумілого з контексту, для вираження енергійності, схвильованості, складних переживань, розгубленості, а також для уникнення повторів.

Еліптичність є характерною ознакою для всіх рівнів діалогічного мовлення: фонетичного, лексичного, граматичного.

1. Фонетичний еліпс являє собою редукацію звуків. Наприклад: do not > don't; I have > I've; shall not > shan't. Також до таких еліпсів належать мовні утворення типу: 'course (of course); 'cause (because); 'Twas (it was) та ін.

2. До лексичного еліпсу належать скорочення слів та абревіації словосполучень. Наприклад: exam (examination); prof (professor); doc (doctor); fridge (refrigerator); phone (telephone); all right (it's all right); see you later (I'll see you later).

3. Граматичний еліпс може бути як на морфологічному, так і на синтаксичному рівні. На морфологічному рівні, наприклад: done < have done, had done, is done; going < are going (where are you going?); have a smoke? (will you have a smoke?); why didn't you come? You promised to.

Синтаксичний еліпс — явище типове для діалогічного мовлення. Наприклад: Yes; Of course; All right; Thanks по суті є готовими мовними знаками. Деякі еліптичні звороти використовуються у вигляді кліше: Thank you (< I thank you); Nice to see you (< it is nice to see you).

У цілому еліптичність потрібна як засіб підвищення динамізму реплік діалогу, їх ситуативного напрямку, економічності та ефективності усномовленнєвого висловлювання, їх розвантаження від зайвих елементів, які гальмують інтонаційний обмін. Еліпс виконує роль замітника повної конструкції репліки. Як відомо, репліки діалогічних єдностей усного мовлення за своєю природою переважно еліптичні. В них пропущені члени висловлювання встановлюються за допомогою контексту або ситуації. Іноді репліки збігаються із простим, повним, поширеним, ускладненим реченням або, складаючись із кількох речень, утворюють монологи.

Ці репліки-монологи суттєво відрізняються від характерних для діалогу еліптичних реплік. Репліки-монологи не тільки не гальмують сприймання, а навпаки, прискорюють його, роблять текст більш зрозумілим і яскравим. Важливу роль у структурі діалогу також відіграють репліки-повтори. Заслугує на увагу

питання про нормативність еліпса, який у невимушеному діалогічному мовленні якраз і є нормою. Основним для усного побутово-літературного мовлення є побутово-ввічливий реєстр, але часто не виходить за норми і фамільярний, особливо типовий для мовлення молоді, насичений еліптизмами і кліше.

Наприклад: — What did you think of the film?

— I liked it.

— It is a nice cinema, isn't it?

— Do you think so?

Клішованими (тобто готовими) можуть бути і повні речення. Цей діалог можна вважати повністю складеним з мовних кліше на рівні речень. Еліптичні конструкції можуть використовуватись для навчання студентів усної та письмової комунікації.

І. О. ЗЮКОВА, канд. екон. наук, доцент кафедри маркетингу Криворізького економічного інституту КНЕУ

ТЕХНОЛОГІЯ СИТУАЦІЙНОГО АНАЛІЗУ В МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕННЯХ

У проведенні маркетингових досліджень ситуаційний аналіз використовується досить часто.

Технологія ситуаційного аналізу передбачає послідовну реалізацію таких етапів:

Етап 1. Аналіз поточної ситуації.

Етап 2. Визначення та аналіз проблеми і її складових.

Етап 3. Розробка та оцінка альтернативних варіантів вирішення проблеми.

Етап 4. Вибір найбільш раціонального варіанта вирішення проблеми та його реалізація.

Етап 5. Складання звіту за результатами проведеного ситуаційного аналізу.

Як правило, результати ситуаційного аналізу полегшують та спрощують процеси:

- прийняття маркетингових рішень в умовах невизначеності;
- розробки та підтримки маркетингових стратегій;